

LES ENTREPRISES VONT-ELLES « BLOGUER » ?

Journal de bord, journal intime, bloc-notes, au petit jeu de la francophonie, on peut s'abîmer les méninges à trouver la traduction idoine d'un phénomène qui prend chaque jour plus d'ampleur.

Quel que soit le nom qu'on veut bien lui donner, le principe est désormais connu : une personne crée son site et l'alimente régulièrement de billets de (mauvaise) humeur, liberté étant laissée à chacun de réagir.

Débats passionnés ou propos d'experts à haute technicité, les français, avec plus de 3 millions de blogs et le double de lecteurs réguliers, sont champions du monde de l'exercice.

Le monde économique est impacté par le développement de la « blogosphère ». Ces échanges d'opinions libres et sans censure autre que les limites à la liberté de la presse (les premières condamnations pour injures, diffamations commencent à tomber) permettent, entre autres, d'éclairer les décisions d'achats, de lancer des tendances, de partager des avis... Ils sont aussi, souvent, l'occasion de critiquer les pratiques de tel ou tel groupe.

Les sociétés minimisent parfois l'importance des blogs. Ils constituent pourtant la source de rumeurs, fondées ou non, à diffusion très rapide et difficilement contrôlables. Ils sont également une vitrine intéressante pour une enseigne qui veut faire passer un message ou cherche à recruter la perle rare.

Certaines Directions des Ressources Humaines prêtes à investir beaucoup en temps (il faut alimenter sans cesse) commencent à occuper le terrain.

Ainsi, sur les sites « corporate » ou même sur des sites RH, sont aménagés des blogs carrières ou des jobblogs. Bien entendu ces emplacements sont en liberté surveillée, mais ils présentent plusieurs avantages pour l'entreprise : un ton direct, spontané, moins empesé, susceptible de séduire les candidats. C'est aussi une autre manière d'approcher le recrutement, de présenter les équipes et les postes à pourvoir, de diffuser la culture de la société. C'est enfin la possibilité de diversifier son « sourcing » pour des métiers très pointus, voire de faciliter des entretiens d'embauches virtuels.

En effet internet est une vaste toile dans laquelle il est parfois difficile de se retrouver. Or le blog recrée une logique de réseau et de communauté bien utile pour un poste technique exigeant une compétence rare.

Un dernier point, qui peut avoir son importance : si les pratiques d'une entreprise peuvent être dénoncées sur un blog, rien n'interdit, inversement, à un employeur de taper le nom d'un candidat sur un moteur de recherche pour y découvrir son blog. Si celui-ci n'a pas pris de pseudonyme, il y a fort à parier que le recruteur y apprendra beaucoup sur lui !

QUELQUES ARTICLES CHOISIS :

Entreprise § carrières – les acteurs RH s'offrent liberté de ton et visibilité – 12 juin 2007

Le Monde – la France allait au café, elle discute sur les blogs – 27 août 2006

La Tribune – Les salariés blogueurs bousculent les codes de l'entreprise – 26 juin 2006

La Tribune - le blog 5^{ème} pouvoir : celui de l'opinion – 18 juin 2007

Focus Rh – les 16 commandements d'un blog rh

http://www.focusrh.com/article.php3?id_article=828&var_recherche=blog